

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN HARGA DENGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI *RESTAURANT TERAKOTA CAFÉ* *VERWOOD HOTEL AND SERVICED RESIDENCE SURABAYA*

Novia Himmatun Nifati

S-1 Pendidikan Tata Boga, Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Teknik, Universitas Negeri
Surabaya

novia.himmatun@gmail.com

Dra. Niken Purwidiani, M.Pd.

S-1 Pendidikan Tata Boga, Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Teknik, Universitas Negeri
Surabaya

[nickenpurwidiani@unesa.ac.id](mailto:nikenpurwidiani@unesa.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan: 1) kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen; 2) kualitas produk dengan tingkat kepuasan konsumen; 3) kualitas harga dengan tingkat kepuasan konsumen; dan 4) kualitas pelayanan, produk, dan harga dengan tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di *Restaurant Terakota Café, Verwood Hotel And Serviced Residence Surabaya*. Sampel penelitian adalah pelanggan berjenis kelamin laki-laki atau perempuan dengan usia minimal 15 tahun yang telah melakukan pembelian di *Restoran Terakota Café* minimal dua kali. Data diperoleh dari angket, observasi, dan dokumentasi, hasil dianalisa dengan uji signifikansi parameter parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan uji analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Tidak terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran *Terakota café*; 2) Terdapat hubungan kualitas produk dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran *Terakota café*; 3) Tidak terdapat hubungan kualitas harga dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran *Terakota café*; dan 4) Kualitas pelayanan, produk, dan harga secara bersama-sama berhubungan positif dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran *Terakota café* secara simultan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship: 1) quality of service with the level of customer satisfaction; 2) product quality with customer satisfaction level; 3) quality of price with the level of customer satisfaction; and 4) quality of service, product, and price with the level of customer satisfaction.

The research was conducted at Terakota Café Restaurant, Verwood Hotel And Serviced Residence Surabaya. The sample of research is customer of male or female with minimum age 15 years who have made a purchase at Terakota Café Restaurant at least twice. The data were obtained from questionnaire, observation, and documentation, the result was analyzed by partial parameter significance test (t test), simultaneous significance test (F test) and multiple linear regression analysis test.

The results showed: 1) There is no relationship of service quality with the level of customer satisfaction in restaurant Terakota Café; 2) There is a relationship of product quality with the level of customer satisfaction in restaurant terracotta café; 3) There is no relation of price quality with the level of customer satisfaction in restaurant Terakota Café; and 4) Quality of service, product, and price are positively correlated with the level of customer satisfaction in restaurant terracotta café simultaneously.

Keywords: service quality, product quality, price, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Ekonomi negara Indonesia semakin hari semakin berkembang dengan adanya peningkatan bisnis yang bergerak di bagian industri pariwisata. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Selasa, 4 April 2017. Sektor pariwisata yang menguntungkan banyak pihak dan bekerja sama dengan banyak perusahaan ialah hotel, karena hotel adalah tempat yang sangat dibutuhkan para wisatawan untuk istirahat dengan dilengkapi segala fasilitas untuk penginapan bagi wisatawan.

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makanan dan minuman. Hotel memiliki beberapa departemen kerja untuk mencapai suatu kesuksesan. Departemen yang berperan penting dalam sebuah hotel adalah departemen *Food and Beverage* yang bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dalam hal menghadirkan makanan dan minuman. Peran *Food and Beverage Department* dapat dilihat dengan adanya restoran, bar, atau *coffee shop* di dalam hotel. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman. Restoran harus mengerti dan melakukan strategi pemasaran yang baik untuk memenangkan persaingan, jika tidak maka restoran tersebut akan cepat tertinggal dari pesaing pesaing yang pada akhirnya menyebabkan produsen kehilangan konsumen. Restoran yang ada di kota Surabaya salah satunya adalah Restoran “Terakota Café” di Jalan Raya Kupang Indah, Sukomanunggal, Surabaya.

Terakota *café* merupakan restoran pada Verwood Hotel And Serviced Residence Surabaya. Restoran ini menggunakan jenis pelayanan *Self Service Restaurant* yang digabungkan dengan konsep *full service*, menyediakan susunan makanan menu lengkap dari hidangan pembuka (*appetizer*) hingga makanan penutup (*dessert*). Prosesnya hanya dibedakan pada saat penyajian makanan, dimana makanan disajikan di meja terpisah atau *counter* terpisah, tamu atau pelanggan akan mengambil makanannya di meja atau *counter* tersebut (*buffet style*). Restoran Terakota *café* tidak hanya menyediakan hidangan untuk tamu hotel dan penghuni apartemen, restoran ini mampu melayani sesuai dengan kebutuhan tamu yang sengaja memesan untuk acara tertentu. Jumlah restoran di kota Surabaya yang semakin meningkat menjadi sebuah tantangan bagi produsen Restoran Terakota *Cafe* untuk mengenalkan dan memajukan restoran ini. Kepuasan konsumen merupakan tonggak keberhasilan dalam suatu usaha kuliner, dengan adanya kepuasan konsumen akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk/jasa bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga akan menambah konsumen baru dari waktu ke waktu.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2009:150). Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, mengingat bahwa kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Penelitian ini akan dibahas tiga faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yakni kualitas pelayanan,

kualitas produk, dan kualitas harga dimana ketiga faktor ini dapat dikontrol perusahaan untuk mampu menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Faktor kedua adalah kualitas produk yaitu senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Sehingga hanya perusahaan yang kualitas produk paling baik akan tumbuh pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan itu akan berhasil dari perusahaan lainnya.

Restoran Terakota *Cafe* ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara menjual produk-produk pilihan, layanan yang memuaskan dengan harga yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Pemberian harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk menggunakan produk serta merespon pasar yang lebih kuat. Penetapan harga merupakan suatu ketetapan yang cukup kompleks dan sulit bagi perusahaan. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang paling tepat dalam arti memberikan keuntungan yang paling baik. Perusahaan yang menetapkan harga salah, akan dapat menimbulkan kesulitan atau ketidakpuasan konsumen, bahkan dapat menyebabkan kegagalan bagi perusahaan (Puri, 2016).

Dengan memberikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga yang baik di dalam suatu perusahaan (hotel), akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada

orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara lebih matang, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. (Tjiptono, 2004: 145). Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen Terakota *Café* di Verwood Hotel And Serviced Residence Surabaya ?

METODE

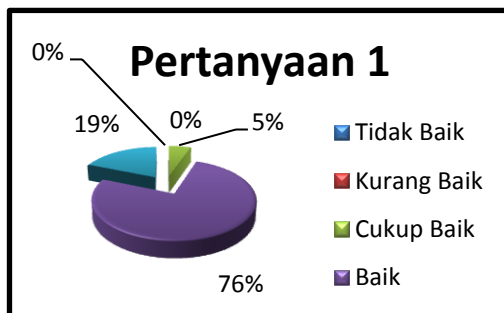
Jenis penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *ex-post facto* dan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode *self administrasi survey* (angket), observasi, dan dokumentasi. Tempat penelitian di Restoran Terakota *Café*, Verwood Hotel and Serviced Residence Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Terakota *Café* yang berusia minimal 15 tahun dengan jumlah 75 responden yang terbaik.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang meliputi karakteristik responden untuk mengetahui kepuasan konsumen (jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendapatan, frekuensi berkunjung). Untuk analisis secara kuantitatif, maka alternatif jawaban untuk mengetahui kepuasan konsumen dapat diberi skor 1 sampai 5 menggunakan skala *likert*. Kemudian jawaban digambarkan dengan kalimat sesuai kategori yang ditentukan untuk memperoleh kesimpulan.

Metode analisis data hasil penelitian menggunakan analisis uji

signifikansi parameter parsial (Uji T) untuk menguji masing-masing variabel independen secara individu, kemudian analisis uji signifikansi parameter simultan (Uji F) untuk menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, dan analisis regresi linier berganda untuk mengukur kuat lemahnya hubungan antar variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kualitas harga terhadap tingkat kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN Kualitas Pelayanan



Gambar 4.6 Penilaian Konsumen Tentang Indikator Kualitas Interaksi Di Restoran Terakota Café, 2018.

Berdasarkan pada Hasil Uji t didapatkan hasil estimasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar $0.990 < 1.993$ dan nilai signifikansi sebesar $0.326 > 0.05$, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak signifikan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa hipotesis 1 memiliki jawaban H_a (ditolak), dan H_0 (diterima) yaitu Tidak terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen restoran Terakota Café.

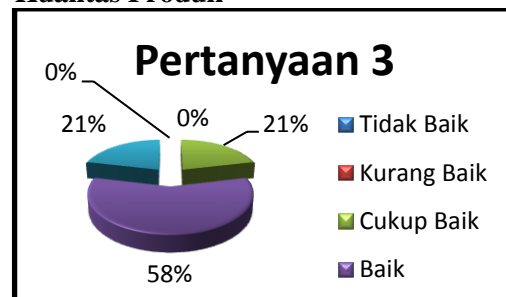
Berdasarkan hasil observasi bahwa, restoran terakota *café* merupakan restoran dengan menggunakan system pelayanan *buffet service*, yaitu tamu datang mengambil makanan dari meja

buffet dan membayar dengan satu harga untuk semua jenis makanan yang disajikan, dan tamu diperkenankan mengambil makanan sepuasnya (Sulastiyanto, 2014). Jadi pelayanan yang didapatkan oleh konsumen restoran terakota *café* tidak dominan dengan pramusaji, pramusaji membantu ketika konsumen membutuhkan bantuan dalam membersihkan alat hinding yang telah selesai digunakan.

Tabel 4.2
Ringkasan Hasil Pengujian Kualitas Pelayanan

| Variabel | Analisis Data | Hasil |
|--------------------|--|---|
| Kualitas Pelayanan | Uji signifikansi parameter parsial (uji t) | Tidak Signifikan (tidak ada hubungan) |
| | Lembar instrumen (angket) | Respon Pertanyaan 1 Sangat baik 19% Baik 76% Cukup baik 5% |
| | | Respon Pertanyaan 2 Sangat baik 17% Baik 80% Cukup baik 3% |

Kualitas Produk



Gambar 4.8 Penilaian Konsumen Tentang Indikator *Flavour* (rasa) Di Restoran Terakota Café, 2018.

Berdasarkan pada pengujian statistik, didapatkan hasil estimasi variabel Kualitas Produk (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar $2.319 > 1.993$ dan nilai signifikansi sebesar $0.023 < 0.05$, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan

bahwa hipotesis 2 memiliki jawaban H_a (diterima), yaitu terdapat hubungan kualitas produk dengan tingkat kepuasan konsumen restoran Terakota *Café*.

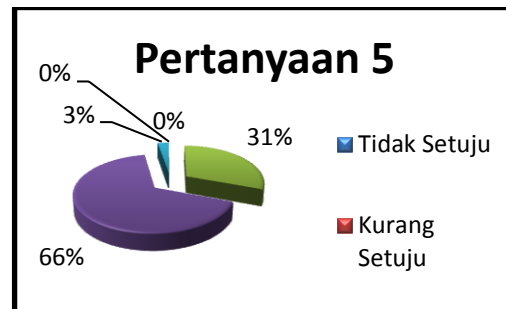
Tabel 4.3
Ringkasan Hasil Kualitas Produk

| Variabel | Analisis Data | Hasil |
|-----------------|--|---|
| Kualitas Produk | Uji signifikansi parameter parsial (uji t) | Signifikan (ada hubungan) |
| | Lembar instrumen (angket) | Respon Pertanyaan 3: Sangat baik 21% Baik 58% Cukup baik 21% |
| | | Respon Pertanyaan 4 : Sangat baik 8% Baik 71% Cukup baik 21% |

Pada hasil jawaban angket responden didapatkan hasil bahwa konsumen di restoran terakota *café* menilai bahwa produk hidangan yang diberikan oleh pihak restoran baik, bahkan ada yang menjawab sangat baik. Berdasarkan hasil observasi bahwa produk restoran terakota *café* telah memiliki karakteristik kualitas standar produk, dan setiap juru masak (*chef*) harus memperhatikan standar produk tersebut guna tercapainya visi dan misi perusahaan dan dapat membuat konsumen puas dengan produk perusahaan.

Harga

Berdasarkan pada pengujian, didapatkan hasil estimasi variabel Harga (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 0.016 < 1.993 dan nilai signifikansi sebesar 0.987 > 0.05, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Harga tidak signifikan. Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa hipotesis 3 memiliki jawaban H_a (ditolak), dan H_0 (diterima), yaitu tidak terdapat hubungan kualitas harga dengan tingkat kepuasan konsumen restoran Terakota *Café*.



Gambar 4.10 Penilaian Konsumen Tentang Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Pelayanan Dan Produk Serta Keterjangkauan Harga

Berdasarkan hasil observasi bahwa konsumen yang datang ke restoran terakota *café* adalah orang-orang yang memiliki pekerjaan wiraswasta, swasta, dan pegawai negeri yang memiliki tingkat pendapatan UMR (upah minimum kota) Rp3.500.000 hingga >Rp5.000.000 /bulan. Rata-rata mereka yang datang ke restoran melakukan pertemuan dengan rekan kerja (meeting), sekedar berkumpul dengan keluarga, atau orang-orang menginap hotel dan apartemen yang *long stay* untuk urusan bisnis di kota Surabaya..

Tabel 4.4
Ringkasan Hasil Harga

| Variabel | Analisis Data | Hasil |
|----------|--|---|
| Harga | Uji signifikansi parameter parsial (uji t) | Tidak signifikan (tidak ada hubungan) |
| | Lembar instrumen (angket) | Respon Pertanyaan 5: Sangat setuju 3% Setuju 66 % Cukup setuju 31% |
| | | Respon Pertanyaan 6 : Setuju 49 % Cukup setuju 51% |

Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada hasil Uji F, didapatkan hasil bahwa model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 3.339 > 2.73 dengan tingkat signifikansi 0.024 <

0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H_0 (diterima) yaitu, variabel independen yang berupa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dalam penelitian ini secara bersama-sama berhubungan dengan variabel dependen yaitu tingkat kepuasan konsumen. maka hal ini menerangkan hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen restoran Terakota Café.

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Sehingga apabila konsumen sudah merasa semua kenyataan sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas dan akan setia lebih lama terhadap restoran, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang restoran (Supranto, 2011).

Tabel 4.6
Ringkasan Hasil Harga

| Variabel | Analisis Data | Hasil |
|--------------------------------------|--|---|
| Kualitas pelayanan, produk dan harga | Uji signifikansi parameter parsial (uji F) | Signifikan (ada hubungan) |
| | Lembar instrumen (angket) | Respon Pertanyaan 7 : Sangat setuju 43% Setuju 80 % Cukup setuju 16% |
| | | Respon Pertanyaan 8 : Setuju 50 % Cukup setuju 50% |

Untuk melihat pengaruh hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kualitas harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di restoran

terakota café, digunakan analisa regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 24, hasil seperti termuat pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Terakota Cafe

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|-----------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 2.371 | .532 | |
| | Pelayanan | .116 | .117 | .120 |
| | Produk | .213 | .092 | .288 |
| | Harga | .002 | .116 | .002 |
| <i>F</i> Hitung | | 3.339 | | |
| <i>R</i> Square | | 0.124 | | |
| <i>Sig F</i> | | 0.024 | | |

Dari tabel 4.7 di atas di dapat *F* hitung sebesar 3.339 dengan taraf signifikansi 0,024. Hal ini menunjukkan bahwa probabilitas < taraf signifikansi yang ditolerir ($0,024 < 0,05$), maka H_0 diterima dan menolak H_0 . Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan kualitas pelayanan, produk, dan harga secara bersama-sama dengan tingkat kepuasan konsumen.

Persen hubungan kualitas pelayanan, produk, dan harga secara bersama-sama dengan tingkat kepuasan konsumen digunakan koefisien determinasi. Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,124, yang berarti 12,4% variasi tingkat kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, produk, dan harga, sedangkan sisanya 87,6% variasi tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Restoran terakota *café* sudah menerapkan prosedur pelayanan prima dan standar kualitas hidangan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen *food and beverage product & service* sudah sepenuhnya dilaksanakan oleh karyawan, sehingga tidak menimbulkan adanya komplain dari konsumen yang datang di restoran terakota *café*.
2. Kualitas pelayanan tidak berhubungan dengan kepuasan konsumen di restoran Terakota Café. Berdasarkan hasil observasi bahwa, restoran terakota *café* merupakan restoran dengan menggunakan sistem pelayanan *buffet service*.
3. Kualitas produk berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran terakota *café*, hal ini dibuktikan dengan hasil sebaran angket bahwa, banyak konsumen memberikan pendapat tentang makanan (produk) yang menurut mereka belum sesuai dengan harapan.
4. Harga tidak berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran Terakota Café. Berdasarkan hasil observasi bahwa, rata-rata konsumen yang datang ke restoran Terakota *café* adalah konsumen dengan pekerjaan wiraswasta/swasta yang kurang *sensitive* pada harga tetapi lebih mementingkan kenyamanan saat berkumpul dengan teman kerja/kerabatnya.
5. Kualitas pelayanan, produk, dan harga secara bersama-sama berhubungan positif dengan tingkat kepuasan konsumen di restoran terakota *café*.

Saran

Restoran lebih mempertimbangan kualitas produk yang ditawarkan, karena berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masih terdapat beberapa responden yang memiliki tingkat kepuasan dalam kategori cukup pada variabel kualitas produk. Konsumen memberikan informasi dalam kolom komentar lembar angket bahwa terlalu banyak menu yang berbasis *chinese food*, konsumen memberikan pendapat agar lebih meningkatkan variasi menu yang dihidangkan

DAFTAR PUSTAKA

1. Brady, Michael K & Cronin, J. Joseph. 2001. *Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach*. The Journal of Marketing Vol.65, No. 3, pp 34-49.
2. Fiazisyah, Annisa. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya*. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/23511> . 20 Juli 2018.
3. Kholidah, Nur Febiana. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nasi Krawu Di Kota Gresik*. Skripsi. Surabaya: UNESA.
4. Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
5. Kurniawati, Rahayu Dwi. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap*

Kepuasan Konsumen Pada “Cafetaria Srikandi” Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Skripsi. Surabaya: UNESA

6. Pangesthi, Lucia Tri. 2011. *Penyajian Makanan (Food Presenting)*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
7. Suprpto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rieka Cipta.
8. Susilowati, Fitri. 2012. *Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Pada Ayam Panggang Bu Suryani di Desa Gandu Kecamatan Karangrejo Kabupaten Magetan*. Skripsi. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
9. Wahyuni, Sri. 2015. *Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Pelayanan Pada Lesehan Apung Pacet Mini Park Di Desa Warugunung Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto*. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/12481/baca-artikel>. 25 Januari 2018
10. Yuliani, Chusnia. 2016. *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Makanan Dan Minuman: Bukti Empiris Di Rumah Makan Taman Handayani/Handayani Garden Jalan Prapen 35 Surabaya*. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/18145> . 25 Januari 2018.